

ABSTRACT

This research want to know word of mouth as respon positive effect from konsumen satisfaction and impact to repurchase. Methodology used provement of statistical test, liketscala, and a path analysis. The data came from primer sources by cross section with quesioneer amount one hundred participan. Result of this risetsignificantly word of mouth as efekresponpositif from konsumen satisfaction and impact to repurchase, but interesting found that no signifikan relation between consumensatisfaction with repurchase, for his product may be another kind of consumer behavior work.

Keywords: *word of mouth, satisfaction, purchase decision*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah melihat word of mouth sebagai efek respon positif dari kepuasan konsumen untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan via word of mouth yang berdampak kepada keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembuktian uji statistic, skala liket, dan analisa jalur. Data yang terpakai adalah data primer cross section dengan menggunakan kuesioner dengan jumlah partisipan sebesar 100 orang. Hasil penelitian ini adalah terdapat efek positif word of mouth sebagai respon dari kepuasan konsumen secara signifikan begitu juga terhadap dampaknya pada pembelian kembali, namun yang menarik adalah adanya tidak signifikan antara hubungan tidak langsung antara kepuasan konsumen dengan pembelian kembali produk tersebut diduga adanya factor lain yang mempengaruhi perilaku konsumen tersebut.

Kata kunci: *word of mouth, kepuasan, keputusan pembelian*